



MAESTRÍA EN @

# MARKETING Y COMUNICACIÓN

POS  
GRA  
DOS



Universidad de  
San Andrés

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

La **Maestría** brinda un profundo conocimiento de las distintas áreas de gestión y dirección del marketing y la comunicación que permiten al alumno generar un alto impacto en el desarrollo de su carrera, sea como líder o emprendedor.

Los graduados se integran a un grupo de profesionales que forman una red activa que representa un importante valor agregado a la hora de responder a nuevos desafíos y aprovechar oportunidades que se presentan a lo largo de su vida profesional.

**Los egresados de estos programas son personas creativas, orientadas a resultados, con habilidades para las relaciones interpersonales y las comunicaciones, y con alto potencial de liderazgo en el mundo de los negocios.**



**Mary Teahan**  
Directora

MBA. University of Chicago,  
Estados Unidos.

La profesora Mary Teahan obtuvo su MBA con especialización en Finanzas y Marketing en la Universidad de Chicago y se ha desempeñado tanto profesionalmente como en la docencia universitaria en estas áreas, en las que ha alcanzado un alto reconocimiento. En la Universidad de San Andrés ha sido profesora en esta Maestría desde 2004, en el MBA desde su creación en 2005, en el Posgrado en Organizaciones sin Fines de Lucro desde 2006, así como también en el Centro de Educación Ejecutiva.



**Andrés Piacentino**  
Coordinador Académico

MBA. Ross School of Business,  
University of Michigan, Estados Unidos.

Profesor y Coordinador Académico de la Maestría en Marketing y Comunicación. También fue docente en la Universidad de Palermo y en el Instituto para el Desarrollo Empresarial de Argentina. Experto en marketing de productos de consumo masivo, con experiencia en las industrias del cuidado de mascotas, alimentos, bebidas y farmacéutica. Durante su última posición en Nestlé Purina PetCare se desempeñó como Director Global de Unidad Estratégica de Negocios.

## PUNTOS CLAVE DEL PROGRAMA

- . **Reconocido equipo docente:** profesores integrados a los circuitos académicos y profesionales internacionales brindan una formación profesional sólida y actualizada. Los conceptos adquiridos se trabajan a través de casos, simulaciones, discusiones en clase y trabajo en equipo.
- . **Networking:** la calidad y variedad de los alumnos enriquece el aprendizaje a través del intercambio de experiencias y el desarrollo de una extensa red de vínculos.
- . **Últimas tendencias:** amplia variedad de seminarios sobre las temáticas más relevantes y actuales.
- . **Programa de intercambio internacional:** la Universidad cuenta con convenios con escuelas de negocios de primer nivel que permiten una oportunidad de crecimiento a través de una experiencia intercultural.
- . **Prestigio de la Universidad de San Andrés:** junto con la Oficina de Graduados será de gran importancia al momento de buscar oportunidades laborales.

## ORIENTACIONES

### DIRECCIÓN GENERAL DE MARKETING Y BRANDING

Análisis de los componentes más relevantes del Marketing y la Comunicación que a través de su gestión permitirán a la organización adaptarse a los cambios del mercado y crear una propuesta de valor orientada a las necesidades del cliente. Esta orientación está destinada a profesionales que quieran tener un rol directivo en sus empresas tanto grandes corporaciones como nuevos emprendimientos.

### MARKETING DIGITAL

El desarrollo de las nuevas tecnologías provocó grandes cambios en los negocios y en el marketing, y creó una gran demanda de profesionales altamente capacitados para gestionar exitosamente estas nuevas oportunidades. Esta orientación está destinada a profesionales que quieran desarrollar habilidades para guiar a su organización.

### CONSUMER MARKETING PARA RETAIL Y CONSUMO MASIVO

El marketing se ha transformado. Nos encontramos en una era de cocreación, donde el desarrollo de vínculos entre el consumidor, el productor y el minorista es clave para lograr una estrategia exitosa. Esta orientación está destinada a profesionales que quieran especializarse en las áreas de Retail Marketing y de Consumo Masivo.

## PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	
<b>MATERIAS CENTRALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Estrategias de Comunicación</li> <li>. Estrategias, Modelos y Canales de Distribución</li> <li>. Gerencia de Producto y Marca</li> <li>. Investigación de Mercado</li> <li>. Management Estratégico y Procesos de Cambio</li> <li>. Marketing Avanzado</li> <li>. Marketing y Finanzas</li> <li>. Métodos Cualitativos y Cuantitativos</li> <li>. Sociología y Comportamiento del Consumidor</li> </ul>	<b>MATERIAS CENTRALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Comunicación Institucional</li> <li>. Semiótica y Comunicación</li> <li>. Taller de Trabajo Final</li> </ul>	<b>SEMINARIOS OPTATIVOS*</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Analytics</li> <li>. B2B Digital Marketing Strategy</li> <li>. Community Management, CRM y Customer Service</li> <li>. Comunicación Institucional Corporativa</li> <li>. Comunicación y Ciberculturas</li> <li>. Consumer Insight</li> <li>. Creatividad e Innovación</li> <li>. Design Thinking</li> <li>. e-Commerce</li> <li>. Endomarketing (Comunicación Interna)</li> <li>. Entrepreneurship</li> <li>. Estrategias de Publicidad Digital</li> <li>. Google for Managers</li> <li>. Identidad Marcaría</li> <li>. La Marca Gráfica: gestión y programación</li> <li>. Mobile Marketing</li> <li>. Oratoria, Presentaciones Efectivas y Marketing Personal</li> <li>. Retención y Fidelización</li> <li>. Shopper Marketing (Experiential Consumption)</li> <li>. Social Media Strategy</li> <li>. Sociología de los Nuevos Consumos Culturales</li> <li>. Supply Chain Colaborativo</li> <li>. Trade Marketing &amp; Category Management</li> <li>. Transformación Digital</li> <li>. Ventas Avanzadas</li> </ul>
<b>SEMINARIOS OBLIGATORIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Empresa, Sociedad y Sustentabilidad</li> <li>. Política de Precios</li> <li>. Marketing y Costos</li> <li>. Marketing Internacional</li> <li>. Introducción al Marketing Digital</li> </ul>	<b>SEMINARIOS POR ORIENTACIÓN</b> <p>Dirección General de Marketing y Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Entrepreneurship</li> <li>. Creatividad e Innovación</li> <li>. Identidad Marcaría</li> </ul> <p>Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Social Media Strategy</li> <li>. Community Management, CRM y Customer Service</li> <li>. Analytics</li> </ul> <p>Consumer Marketing (para retail y consumo masivo)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Trade Marketing &amp; Category Management</li> <li>. Community Management, CRM y Customer Service</li> <li>. Supply Chain Colaborativo</li> </ul>	
	<b>Trabajo Final de Graduación</b>	



\*La oferta de seminarios podrá ser modificada anualmente.

# CUERPO DOCENTE

Profesores con reconocida experiencia académica y profesional en Argentina y en el exterior.

## **Gabriel Berger**

Ph.D. in Social Policy. Heller Graduate School of Social Policy and Management, Brandeis University, Estados Unidos

## **Alfredo Blousson**

Dr. en Administración. Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas, Instituto Universitario

## **Pablo Botinelli**

MBA. Universidad del Salvador

## **Alejandro Burato**

MBA. UCLA Anderson School of Management, Estados Unidos

## **Victoria Casano**

MBA. Universidad del CEMA

## **Norberto Chaves**

Profesor Visitante. Universidad de San Andrés

## **Gastón Cingolani**

Magister en Diseño de Estrategias de Comunicación. Universidad Nacional de Rosario

## **Claudio Darín**

Master en Dirección Empresarial y Marketing. ESIC, Madrid, España

## **Matias Dell'Anno**

MBA. Universidad Torcuato Di Tella

## **Roberto Dvoskin**

Master en Economía Empresaria. Israel Institute of Technology (TECHNION), Israel

## **Pablo Fernández**

Ph.D. in Marketing. Cornell University, Estados Unidos

## **Julio Fresno Aparicio**

Contador Público Nacional. Universidad de Buenos Aires

## **Roberto Igarza**

Dr. en Comunicación Social. Universidad Austral

## **Patricia Jebesen Buhler**

Master en Marketing y Administración de Empresas. European Business School (EBS), Alemania

## **Eduardo Kastika**

Dr. en Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires

## **Aldo Leporati**

MBA. Universidad de Belgrano

## **Rolando Meyer**

Master in Arts of Business Design. Domus Academy, Italia

## **Fernando Moiguer**

Lic. en Economía. Universidad de Buenos Aires

## **José Pagés**

MBA. Kellogg Graduate School of Business, Estados Unidos

## **Alejandro Parra Cortijo**

Master en Marketing y Gestión Comercial. Escuela Superior de Estudios de Marketing, Madrid, España

## **Laura Perdomo**

Executive MBA. IAE Business School, Universidad Austral

## **Andrés Piacentino**

MBA. University of Michigan, Ross School of Business, Estados Unidos

## **Sergio Postigo**

Ph.D. in Entrepreneurship and Management. Universidad Autónoma de Barcelona y Vaxjö University, España

## **Diego Regueiro**

MBA. University of Michigan, Ross School of Business, Estados Unidos

## **Pablo Schcolnik**

Lic. en Ciencias de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires

## **Constanza Schriefer**

MBA. IAE Business School, Universidad Austral

## **Damián Sztarkman**

MBA. Universidad Torcuato Di Tella

## **Mary Teahan**

MBA. University of Chicago, Estados Unidos

## **Carlos Vetere**

Executive MBA. IAE Business School, Universidad Austral

## **Carlos Wirth**

Magister en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones. Universidad Austral

## **Fernando Zerboni**

Ph.D. in Management. IESE, Universidad de Navarra, España



## NUESTROS ALUMNOS



¡Mi intercambio en ESCP fue una de las mejores decisiones que tomé!  
La Maestría salió rankeada N°1 de Europa. Es una gran familia donde uno puede estudiar con compañeros de todo el mundo, practicar diversos deportes y tener una experiencia súper enriquecedora. En París, tuve la posibilidad de trabajar para L’Oreal en Marketing. Las oportunidades que me brindaron San Andrés y la ESCP hicieron que hoy pueda ser Product Manager en L’Oreal Argentina.

**Guadalupe Rodríguez Villarreal** . Product Manager - Digital Manager, L’Oréal Professionnel.



La Maestría en Marketing y Comunicación fue una experiencia disruptiva tanto en lo académico como en lo profesional. Me definió enteramente como marketinero y me ayudó a especializarme hacia la gestión del branding con foco en los consumidores y su vínculo posmoderno tan particular con las marcas. Además encontré en la oficina de graduados un apoyo fundamental que fue decisivo para mis cambios laborales.

**Ignacio Segade** . Brand Manager Toddy, PepsiCo.

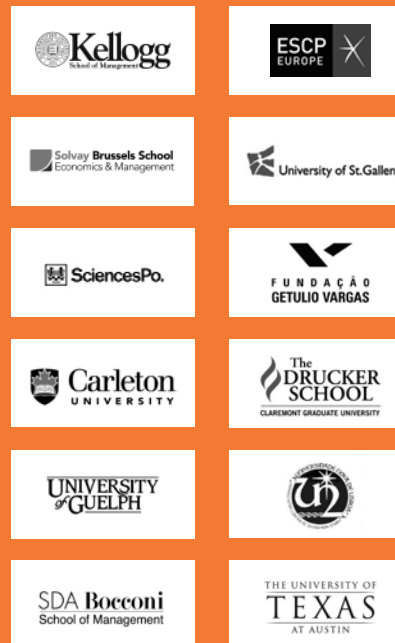


La Maestría en Marketing y Comunicación fue mi primera aproximación académica al mundo práctico de los negocios. Me ayudó brindándome técnicas, prácticas e insights sobre cómo piensan los consumidores y de qué forma las empresas tienen que adaptarse para poder continuar siendo relevantes cada día. El enfoque multidisciplinario y el balance entre el constante cambio experimentado y las verdades más perdurables de la comunicación lo hace dinámico, atrapante y - en última instancia - muy valioso para el profesional de hoy en día.

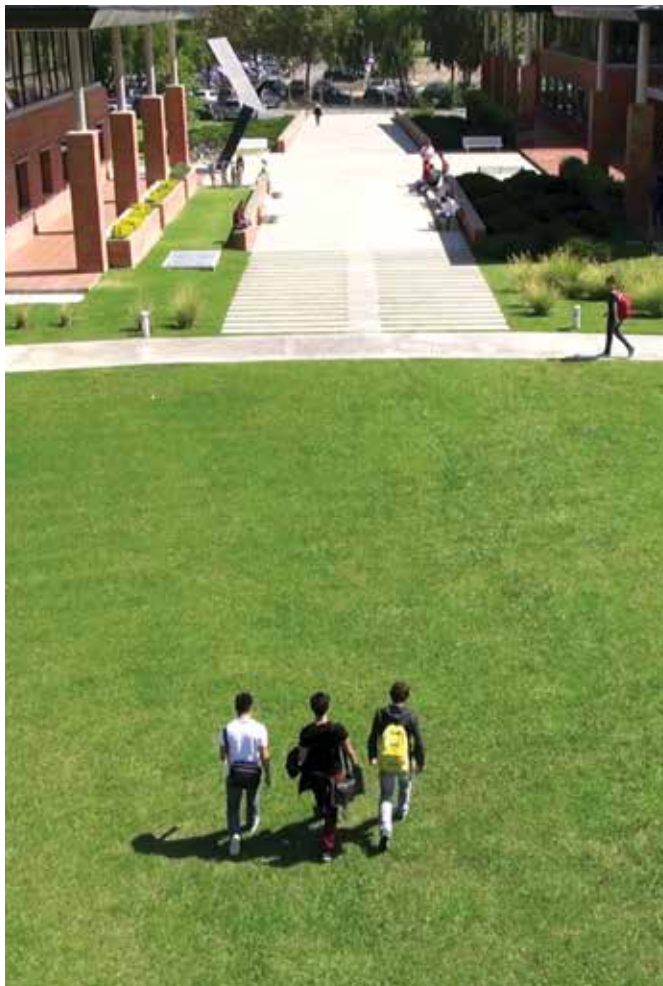
**Mariano Otero** . Uber General Manager

## INTERCAMBIO INTERNACIONAL

Basado en el mérito académico, los alumnos del segundo año de la Maestría podrán pasar un tercer trimestre estudiando en el exterior. Algunos de los convenios son:







## INFORMACIÓN GENERAL

### MES DE INICIO

Marzo/Abril

### DÍAS Y HORARIOS

Maestría 1er año:

martes y jueves de 18:30 a 22 h (sede Capital)  
y sábados de 9:30 a 13 h (Campus)

Maestría 2do año:

lunes a viernes de 18:30 a 22 h, dependiendo de  
Seminarios Optativos (sede Capital)

### DURACIÓN

1 año y medio

### INFORMES E INSCRIPCIÓN

Lunes a viernes de 11 a 20 h

Tel.: (54-11) 4312-9499 internos 12 y 18

[maestriamarketing@udesa.edu.ar](mailto:maestriamarketing@udesa.edu.ar)

### ADMISIÓN

Un Comité de Admisión evaluará a los postulantes sobre la base de sus antecedentes profesionales y académicos, los resultados del test de admisión y la entrevista personal. Las vacantes son limitadas, lo que asegura la atención y el seguimiento personalizado de cada alumno.

### PERTENECER A LA COMUNIDAD SAN ANDRÉS

Desde la Oficina de Graduados, Desarrollo Profesional y Pasantías se trabaja con el objetivo de construir una verdadera comunidad de interés y desarrollar vínculos duraderos para acompañar a los alumnos y graduados en todas las etapas de su vida.

- . Amplia red de contactos
- . Apoyo en el desarrollo profesional
- . Pertenencia a la Asociación de Graduados
- . Acceso al programa de beneficios

### PROGRAMA DE BECAS, ASISTENCIA FINANCIERA Y DESCUENTOS CORPORATIVOS

Universidad con autorización definitiva. Decreto PEN 978/07.  
Maestría en Marketing y Comunicación: Acreditada por Resolución CONEAU 1158/15.  
Reconocimiento oficial ME 223/08.  
Especialización en Marketing: Acreditada por Resolución CONEAU 217/10.  
Reconocimiento oficial ME 1146/11.

### Sede Capital

25 de Mayo 586  
Ciudad A. de Buenos Aires  
Tel. (54-11) 4312-9499

### Sede Campus

Vito Dumas 284  
Victoria, Pdo. de San Fernando  
Pcia. de Buenos Aires  
Tel. (54-11) 4725-7000

 [www.udesa.edu.ar/marketing](http://www.udesa.edu.ar/marketing)

 Universidad de San Andrés

 @udesa

